

## Home



## Noticia

### LA GORDA DE NAVIDAD

## “La Gorda de Navidad” les toca a dos hermanas de Álava que comparon el boleto a ANFAS

Las hermanas reconocen que el premio les viene “de maravilla” y miran “el futuro con mucho optimismo.”



Las hermanas Amaia e Iratxe Maza Pérez de Albeniz.



Las hermanas Amaia e Iratxe Maza Pérez de Albeniz son las ganadoras de la cuarta edición de “La Gorda de Navidad” del Complejo Castejón. Las vecinas de Andoin (Álava) compartieron el boleto ganador. Amaia ha reconocido que ha vivido “un sueño”, cuando comprobó que el número premiado en el sorteo de Navidad de la Lotería Nacional, el 79.140, coincidía con su boleto. Las niñas Lorena Stefan y Nicol Valenzuela Vázquez cantaron su número a las 12.13 horas y le cambiaron la vida.

Por su parte, Iratxe ha asegurado que el premio que más ilusión le ha hecho son “los coches”. La ganadora ha señalado que no acaba de creérselo y ha contado cómo se enteró: “Nos llamaron de Anfas porque fueron ellos los que nos vendieron el boleto”.

“Compramos el boleto porque, además, es una forma de colaborar con Anfas (Asociación navarra en favor de las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo y sus familias), pero nunca crees que te pueda tocar. Realmente, nos ha cambiado la vida”, señalaba Amaia. “**La Gorda de Navidad**” ha colaborado con la organización entregando un porcentaje de la venta de los boletos. El joven Sergio Arnedo Escribano le ha entregado el premio en nombre de Anfas.

El impulsor de “**La Gorda de Navidad, Jesús Berisa, del Complejo Castejón**”, ha señalado que “nos satisface mucho poder repartir alegría. “La Gorda de Navidad” ya es una tradición más de la Navidad y observamos que cada año la gente se emociona e ilusiona con la posibilidad de que les toque”. También ha recordado la importancia de los colaboradores como La Bruixa d’Or/La Bruja de Oro y El Corte Inglés de Pamplona para que “La Gorda de Navidad” crezca cada año. “Su apoyo es clave en el éxito y esperamos seguir colaborando para conseguir el objetivo de cambiar la vida del premiado”, ha asegurado.

---

En esta cuarta edición la macrocesta contenía dos coches (un BMW Serie 1 y un Mini modelo “One D”) 12.000 euros en oro y otros tantos en joyas, un sueldo para todo un año, 9.600 euros en vales de compra de El Corte Inglés, la ropa de una familia durante un año con personal shopper o la cesta de la compra de alimentación de un año. Además, incluía entre sus premios **1.000 décimos para la Lotería del Niño de La Bruixa d’Or/La Bruja de Oro** que pueden convertirse en un premio potencial de 40 millones de euros adicionales. Y una amplia lista de electrodomésticos (Home Cinema, Blue Ray, televisor, robot de cocina o robot aspirador) y aparatos de electrónica (entre los que se encuentran, por ejemplo, dos Iwatch, 4 Iphone 6, dos Ipad o un Macbook) y, para desconectar y disfrutar, un viaje por tres continentes, el viaje, la estancia y las entradas para poder presenciar en directo la final de la Champions League 2016 o un apartamento vacacional durante todo un año.

#### **“LA GORDA DE NAVIDAD” UNA TRADICIÓN ÚNICA EN ESTAS FECHAS**

Esta iniciativa dio **comienzo en 2012 en Navarra** con la intención de devolver la ilusión a los clientes del Complejo Castejón en plena crisis, contribuyendo con regalos prácticos a cubrir sus principales necesidades. Año tras año, el proyecto ha ido creciendo y aumentando gracias a nuevos colaboradores y proveedores de excepción, que también han ayudado a que “La Gorda de Navidad” traspase las fronteras navarras. Este año, se ha vuelto a colaborar con La Bruixa d’Or/La Bruja de Oro y El Corte Inglés de Pamplona, a quién se han unido Diario de Navarra.

---

#### **ACERCA DE COMPLEJO CASTEJÓN Y “LA GORDA DE NAVIDAD”**

Complejo Castejón es un espacio de ocio y restauración nuevo y dinámico, ubicado en la Ribera de Navarra (Ctra. N-232, Km 83,400 - Castejón). Sus diferentes negocios de marcas propias como **Hotel Bed4u, Cafetería Ñam, Zonachic y Restaurante-buffet Platicum** ofrecen todo tipo de actividades al visitante, siendo un lugar perfecto tanto para viajes de negocios como para realizar escapadas turísticas o celebrar eventos. La estrategia de cada una de las marcas está basada en la diferenciación y en una oferta con personalidad propia, lo que da sentido al “pensado para ser diferente”, que es el slogan del Complejo.

---